

Ecrit par le 4 avril 2025

France 2030 en Provence-Alpes-Côte d'Azur : un maillage local puissant



Le 18 novembre, la Première ministre Elisabeth Borne présidait le comité de suivi national France 2030. A cette occasion, un premier bilan de l'action lancée par le Président la République il y a un an a été dressé. En Provence-Alpes-Côte d'Azur, les projets soutenus par France 2030, marquent un dynamisme territorial fort et croissant.

Politique prioritaire du Gouvernement, France 2030 porte une ambition claire : positionner la France non pas seulement en simple acteur, mais bien en leader du monde de demain. Depuis un an, son déploiement est marqué par le soutien à de nombreux projets locaux. Au total, en Provence-Alpes-Côte d'Azur, ce sont 101 projets lauréats et 200 millions d'euros engagés.

Parmi ces projets, celui de la société Antofenol qui porte sur la construction d'un site de production 100% dédié au bio-contrôle dans le Vaucluse. Aix Marseille Université porte quant à elle un projet de renforcement de la cité de l'innovation et des savoirs qui vise à renforcer les démarches de recherche, d'innovation et d'accélération de projet en favorisant le lien entre chercheurs, entrepreneurs et industriels.

Pour renforcer l'ancrage territorial du plan, 11 régions se sont déjà associées à l'Etat pour déployer un volet régionalisé de France 2030 copiloté par les présidents des conseils régionaux et les préfets de région.

Ecrit par le 4 avril 2025

Doté de 1 milliard d'euros financé à parité par l'Etat et les régions, « France 2030 régionalisé » a pour objectif d'accompagner l'innovation des start-ups, PME, ETI ou organismes locaux sur tout le territoire national. Sa particularité réside dans son mode de financement paritaire : chaque euro investi par l'Etat est complété d'un euro investi par la région.

Pour la région Provence-Alpes-Côte d'Azur, ce sont 74 millions qui vont permettre à la préfecture de région et au conseil régional de détecter et d'accompagner, avec les services et leurs partenaires, des projets innovants afin de faire naître des champions français capables d'essaimer par-delà les frontières nationales.

J.R.

Une saison réussie pour Wave Island

Ecrit par le 4 avril 2025



Le parc aquatique [Wave Island](#), situé à Montoux, a accueilli les visiteurs tout l'été à partir du 11 juin, et il enregistre un bilan très positif pour cette saison.

Alors que les équipes du parc se félicitaient il y a quelques semaines d'[avoir dépassé leur objectif en termes de fréquentation avec plus de 160 000 personnes](#), Wave Island a, en réalité, accueilli 192 000 visiteurs cet été, entre le parc et le Sunset Island, la [nouveau de la saison](#). Le parc observe donc une augmentation de fréquentation de +45% par rapport à 2021.

72% des visiteurs sont venus en famille. Une bonne nouvelle pour le parc dont l'objectif principal cette année était de se recentrer sur les familles. De plus, la dépense moyenne par visiteur a, elle aussi, augmenté. Le parc a donc enregistré une hausse du chiffre d'affaires de +15% vis-à-vis des objectifs qui avaient été fixés au début de la saison, ainsi qu'une hausse +5% de son chiffre d'affaires par rapport à celui de 2019, qui reste l'année de référence, puisque les deux années qui ont suivi ont été chamboulées par la crise sanitaire. « C'est de bon augure pour 2023 que nous préparons dès à présent avec son lot d'améliorations et de nouveautés », a conclu Jean-Philippe Cozon le directeur du parc.

V.A.

Le spectacle 'Nîmes, cité des dieux' a réuni 36 000 spectateurs

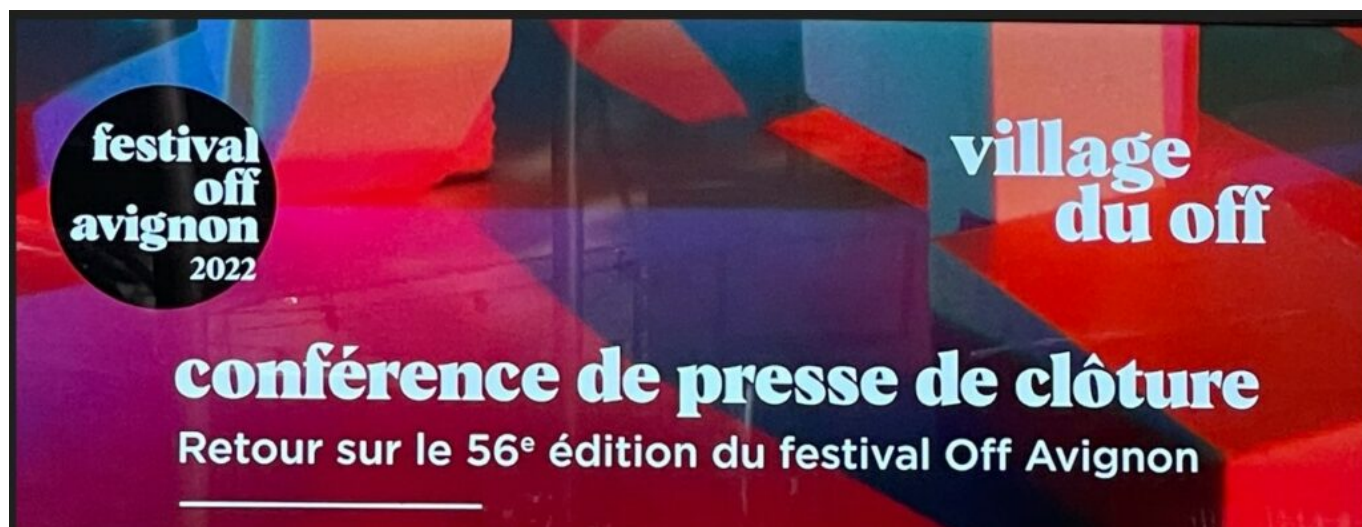


[L'événement inédit 'Nîmes, cité des dieux'](#), qui a été présenté du 8 au 15 août aux Arènes de Nîmes, a obtenu un franc succès. Sur la scène, plus de 200 figurants, comédiens et acrobates ont livré un spectacle historique et mythologique qui a envouté 36 000 spectateurs au total, sur les six représentations.

[Edeis](#), le délégataire de la ville de Nîmes pour la gestion des monuments romains qui a produit et organisé ce spectacle, est très heureux et fier de ce bilan, mais également des retours très positifs du public. « Ce succès du mois d'août ouvre des perspectives immenses pour le développement touristique de toute la ville et la région », a déclaré [Jean-Luc Schnoebelen](#), président d'Edeis. Cette réussite est une étape importante pour l'entreprise qui a su prouvé qu'elle pouvait gérer un événement d'une telle envergure en tant qu'acteur du développement culturel et touristique.

V.A.

56e édition du Festival Off d'Avignon, tout sur le bilan 2022



La 56^e édition de 2022 du Festival off d'Avignon a signé le retour de 1 570 spectacles dans 138 lieux. En 2021 les spectacles étaient au nombre de 1 070 dans 116 lieux. En revanche la fréquentation du plus grand théâtre du monde a chuté passant de 300 000 à 270 000 spectateurs. Un chiffre à mettre en rapport avec la désaffection des salles culturelles au niveau national impacté de 20 à 30% pour certains, par les alertes canicules et la propagation du covid pour d'autres et, sans doute aussi, d'une inflation galopante de 6,1% en juillet 2022 contre 2,2% en 2021.

Ecrit par le 4 avril 2025



Les membres du bureau d'AF&C, de gauche à droite Raymond Yana, Laurent Rochut, Laurent Domingos, Harold David, Hugues Leforestier, Jérémy Bourges

La fréquentation du Festival Off

«En 2019 AF&C avait estimé à 300 000 le nombre de spectateurs venus assister aux spectacles pour 1,7 million de billets délivrés resitue Harold David co-président de AF&C. Bien que les chiffres ne soient pas encore remontés des théâtres d'Avignon et des compagnies, puisque nous n'y avons pas accès. Si on s'appuie sur le nombre de cartes off nous pensons que 270 000 spectateurs étaient au rendez-vous de cette 56^e édition pour 1,5 million de billets délivrés.»

La carte off

«Nous avons vendu cette année 59 000 cartes du off contre 67 000 (-8 000) en 2019, déplore Laurent Domingos, co-président du Festival off. Près de 16% des détenteurs de cette carte résident dans le Vaucluse et 11% ont entre 12 et 25 ans. Cette carte off permet de bénéficier d'un tarif réduit de 30% sur les spectacles, d'entrer dans des lieux culturels et patrimoniaux de la Ville à petit prix, d'assister aux concerts, au bar du off ainsi qu'à d'autres événements sur le territoire national. Ce chiffre fait écho, en 2022 à la baisse de fréquentation des scènes sur l'ensemble du territoire de l'ordre de 20 à 30%.»

+15% de Ticket'Off

«L'année est record pour les Ticket'off -la billetterie solidaire- avec 116 268 places achetées ce qui a permis d'abonder le Fonds de soutien à la professionnalisation à hauteur de 116 268€ pour les années 2022 et 2023, a entamé Harold David, précisant que 90% des spectacles présentés y figuraient. C'est aussi l'endroit où les spectateurs peuvent faire leur choix de spectacles. Nous pensons que cette hausse du nombre d'utilisateurs de Ticket'off est due à de nouvelles pratiques préférant le digital en réaction à la crise sanitaire.»

«En 2019 nous étions en dessous des 100 000 billets,» a précisé Laurent Rochut.

Ecrit par le 4 avril 2025



Ecrit par le 4 avril 2025

Harold David Co-président du off

Les accréditations professionnelles

«En 2019 près de 2 647 personnes avaient été accréditées Festival Off dont 610 pour la presse, détaille Harold David. Cette année nous avons délivré 1 928 accréditations dont 420 accréditations pour la presse. Nous avons reçu moins de programmeurs sans doute à cause du Covid. Le nombre d'accréditation est inférieur à celui de 2019. Cela est volontaire de notre part puisque nous avons voulu sélectionner de manière plus drastique les professionnels qui demandent une accréditation car nous pensons que par le passé, il y a peut-être eu un certain laisser-aller, ce qui fait que beaucoup de cartes étaient données à des personnes qui n'avaient pas forcément de rôle professionnel à jouer vis-à-vis des compagnies. Nous avons comptabilisé pour le moment plus de 2 000 retombées presse ainsi que beaucoup d'articles parus au national et à l'international, dont beaucoup de papiers de fond sur Avignon Festival et Compagnie, notamment sur le projet que nous portons.»

Déplacement géographique du Village du Off

«Le village du off est désormais près d'un axe central d'Avignon à l'école Bouquerie, 6 rue Pourquery de Boisserin (Ndlr : en face de la Scala, ancien Pandora pour cause de travaux dans l'école Simone Veil -ancienne école Thiers, rue des écoles) détaille Laurent Domingos. 7 000 personnes par jour fréquentent le Village du off dont 800 personnes le soir, lors des concerts. Le village du off est devenu une maison commune où public, artistes et professionnels se rencontrent vraiment. 150 événements y ont été organisés : conférences, tables rondes, ateliers, concerts.» « Il nous reste beaucoup de travail à faire afin de rendre plus uniforme la fréquentation du lieu, notamment pour les tables rondes. Le déplacement géographique du Village du Off a joué en faveur de sa visibilité, notamment envers le public, qui a mieux identifié cet espace et y a passé plus de temps, s'y restaurant, s'y attardant...» a relevé Harold David.

Le fonds de soutien à la professionnalisation

«En 2022, 82 spectacles ont été identifiés comme bénéficiaires, précise Harold David, 262 artistes -126 hommes, 136 femmes et 2 personnes en situation de handicap- soutenus pour 1 569 représentations et un montant total 180 546€.»

Le partenariat avec la Maison Jean-Vilar-BNF

«La Maison Jean Vilar qui est également à l'année l'antenne de la BNF (Bibliothèque nationale de France) collecte, comme chaque année, programmes, dossiers de presse, affiches et autres supports des compagnies du Off et est partenaire avec AF&C du concours de la plus belle affiche.»

La Nouvelle majorité

«Nous sommes issus d'une nouvelle majorité élue en avril 2022, cette édition est donc un test, même un crash test d'après certains, relate Harold David. L'ADN du Off est l'indépendance alliée à l'intelligence collective. Nous voulons valoriser et préserver la richesse et la diversité de la création artistique ; soutenir et accompagner ceux qui font le festival, les acteurs du off et permettre à tous d'accéder au festival.»

L'expérience avignonnaise

Ecrit par le 4 avril 2025

«Ce qui compte, c'est de travailler en amont avec les compagnies pour qu'elles sachent si elles peuvent ou pas faire Avignon, expose Laurent Domingos. Qu'elles puissent être mieux préparées, mieux formées par rapport à leur budget prévisionnel, à l'ensemble des subventions qu'elles pourraient toucher et être parrainées par des compagnies plus expérimentées. Nous mettrons en place ce dispositif dès la rentrée. L'expérience avignonnaise doit devenir positive.»

Ecrit par le 4 avril 2025



Ecrit par le 4 avril 2025

Laurent Domingos, co-président du Off

Promouvoir les compagnies étrangères

«J'ai été surpris par le rayonnement du Festival off à l'international, reprend Laurent Domingos. Des compagnies sont venues de Taïwan, de la Corée, du Brésil, de Québec, de la Suisse, de Belgique et des pays frontaliers. » « Nous avons reçu des délégations officielles et d'autres plus informelles, a complété Harold David, venues s'enquérir de la façon de collaborer ensemble dans la durée. Nous avons évoqué la meilleure façon d'accompagner les compagnies étrangères. Si nous voulons être à la hauteur il nous faudra nous donner les moyens pour recevoir de façon beaucoup plus professionnelle ces compagnies de l'autre bout du monde. Nous allons organiser un bureau d'accueil dévolu aux compagnies étrangères pour les accompagner sur les lieux, la réalité du festival, mais aussi sur le franchissement des frontières. Notre rôle sera de lever les difficultés. Nous travaillerons à offrir une meilleure visibilité du théâtre étranger, via un tiré à part et le Village du Off avec un pool 'international'. »

Concevoir un parcours Off à l'export

«Nous pourrions imaginer une réciprocité avec un parcours du Off à l'export, observe Harold David. La question : Comment faire lorsqu' AF&C n'est pas le programmateur du festival off ? Peut-être passer par un appel à projets, à candidatures, entrer dans un dispositif de résidence... Si une vingtaine de pays accueillait 5 compagnies alors 100 spectacles pourraient partir faire le tour du monde... »

Un projet triennal 2023-2026 pour structurer l'accompagnement du Off

«Nous abordons un projet triennal : 2023-2026 dont nous ferons la présentation à la rentrée, révèle Harold David. Il s'érige autour de 5 piliers en accord avec la nouvelle ministre de la Culture, Rima Abdul Malak, qui nous a rendu visite le 9 juillet dernier ainsi que la Drac Paca (Direction régionale des affaires culturelles Provence-Alpes-Côte d'Azur), les collectivités territoriales et partenaires du Off.»

Les 5 piliers

«Nous voulions un projet structurant de conviction et politique demandant un engagement financier rappelle Harold David. Un tour de table avec les institutionnels et les professionnels sera mis en place à la rentrée pour une charte rédigée avant la fin de l'année. Les 5 piliers sont :

1. Une gouvernance reposant sur l'indépendance et l'intelligence collective ;
2. L'éco-responsabilité et sa phase opérationnelle ;
3. La professionnalisation avec un accompagnement et revisiter le fonds de professionnalisation qui n'atteint pas encore ses objectifs notamment auprès des compagnies émergentes ;
4. Le modèle économique avec comment passer d'une économie saisonnière à une économie hors saison en faisant d'Avignon et de ses territoires une fabrique des arts vivants avec nombre de théâtres qui souhaitent s'ouvrir aux résidences associées, à la réception des publics et travailler à une filière du théâtre indépendant, une Cinecittà d'un théâtre à la française ;
5. La diffusion qui est une vraie problématique du spectacle en France. S'il y a 1 570 spectacles proposés dans le Off c'est qu'il y a un vrai besoin des compagnies de montrer leur travail. Le festival donne un cadre à la relation commerciale avec un équilibre des forces. Cette régulation passera par le développement de nouvelles pistes, notamment en accompagnant mieux et plus les programmateurs au niveau national et international.»

Ecrit par le 4 avril 2025



Écrit par le 4 avril 2025

Chloé Suchel, responsable de la communication AF&C

Le Plan média

«Nous avons fait le choix de la régionalisation plutôt que de la 'parisianisation' de l'information pour le plan média du festival Off, précise Harold David. Nous travaillons sur deux logiques : en amont et sur la dernière semaine du festival, indique Chloé Suchel, responsable de la communication. Depuis plusieurs années nous organisons un affichage à partir du mois de juin dans les 120km autour d'Avignon : Lyon, Montpellier, Marseille. L'idée ? Toucher les personnes qui peuvent facilement se déplacer, une journée ou deux pendant le festival. Nous nous implantons aussi sur le calendrier d'autres manifestations culturelles comme Les rencontres photographiques d'Arles puisque nous sommes sur les mêmes publics cible, nous recherchons des événements connexes. De début juin à fin juillet nous totalisons 800 faces en affichage urbain. Nous avons un partenariat avec France Télévision lors d'une campagne signée pour la dernière semaine de juillet afin de souligner qu'après le In il y a toujours le off. Nous avons des spots publicitaires avec France Bleu Vaucluse et France Bleu au national. Nous ciblons également les 12-25 ans via des médias spécifiques.»

«Nous avons mis en place des échanges de valorisation avec des supports papiers comme Télérama, Le Parisien, précise Harold David. Pour 2023, la question est prématurée. Nous prendrons en compte les résultats de cette année. Cela fera partie des sujets à aborder à la rentrée.»

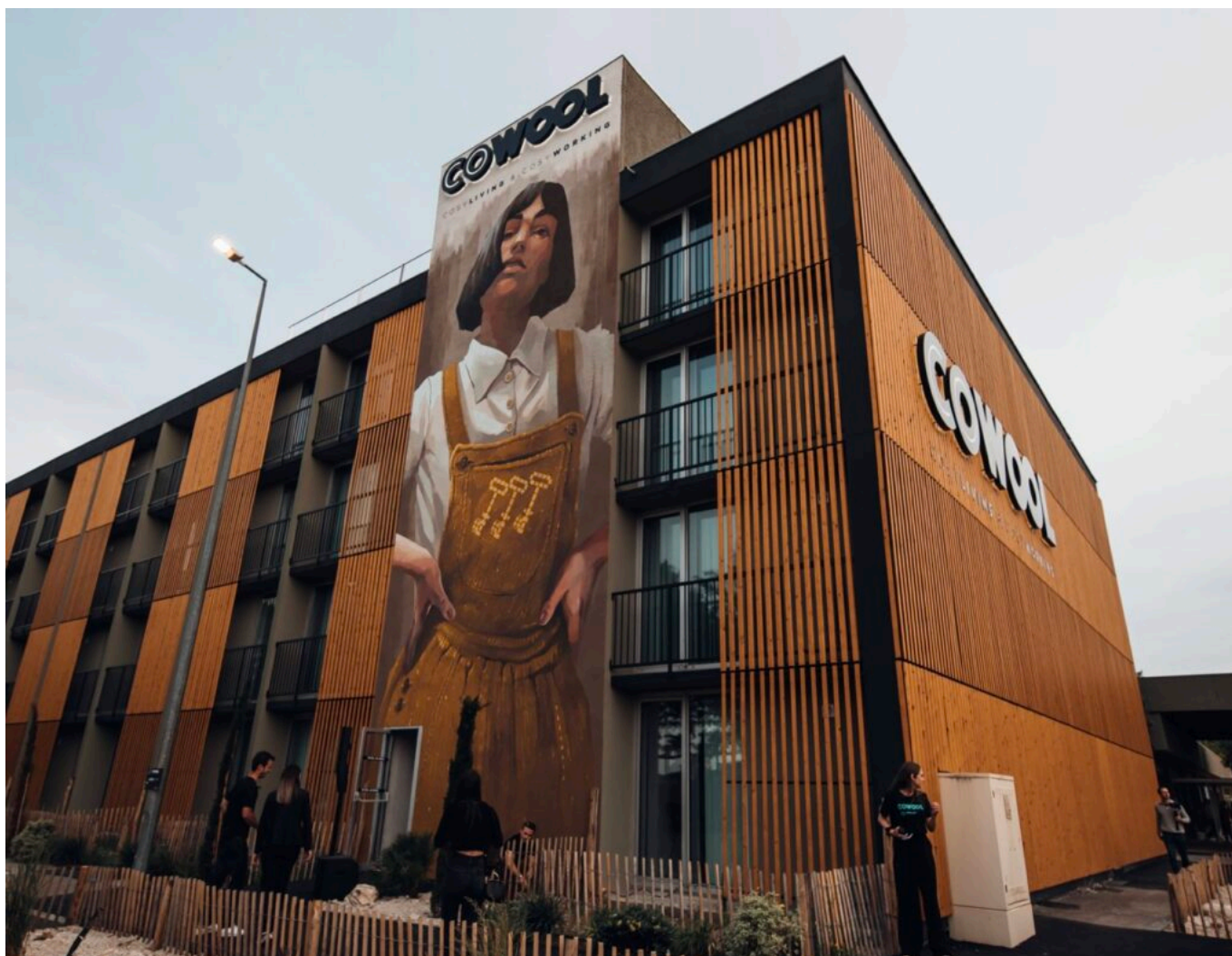
Ecrit par le 4 avril 2025



La conférence de presse au Village du off lors du pré-bilan du Festival off d'Avignon

Cowool : quel bilan après quatre mois d'ouverture ?

Ecrit par le 4 avril 2025



Le 3 janvier dernier, [l'espace de coworking et de coliving Cowool](#) ouvrait ses portes aux entreprises, aux particuliers, aux voyageurs ainsi qu'aux Avignonnais. Qu'en est-il quatre mois plus tard ?

Si concept du 'vivre ensemble' n'est pas encore très répandu en France, Cowool a bien prouvé que c'est possible, mais surtout, que cela fonctionne ! Lors de l'inauguration de l'édifice qui vient d'avoir lieu, son équipe a pu partager son expérience durant les prémices de ce projet innovant, ainsi que l'avenir imaginé pour ce nouveau modèle de vie hybride.

Ecrit par le 4 avril 2025



L'inauguration du Cowool 'pilote'. ©Morgan Palun

Situés au [25 avenue Mazarin](#), les 3700m² de Cowool repensent la façon de partager mais aussi celle de travailler. Bureaux individuels, bureaux partagés, salles de réunion, appartements ou encore salle de sport, tout a été mis en place afin que les personnes de passage à Cowool s'y sentent bien, comme à la maison pour ceux qui le souhaitent, ou au contraire, le lieu peut aussi constituer un endroit pour s'évader de la vie routinière. « Beaucoup de personnes qui travaillent de chez elles viennent à Cowool pour casser leurs habitudes mais aussi pour distinguer leur lieu de vie de leur lieu de travail », explique [Anne-Audrey Beraud](#), directrice de Cowool Avignon.

Des 'cowoolers' de tout horizon

Que ce soit du côté travail ou du côté habitation, Cowool présente un panel diversifié de clients. Si l'entreprise pensait toucher un public plutôt vauclusien durant les premiers mois, la réalité en est tout autre. Parmi les occupants des espaces de coliving, comme pour ceux de coworking, on peut retrouver 15 nationalités différentes. Toutes les langues se mélangent.

Il est voisin du centre commercial Cap Sud, pourtant, Cowool donne l'impression de faire le tour du monde. « Le principe de coliving se base sur la mixité des personnes qui consomment ce genre de mode

Ecrit par le 4 avril 2025

de vie, explique [Gui Perdrix](#), expert en coliving et directeur de l'association Co-Liv. On mélange des individus de différents milieux et de différentes classes sociales, mais sans faire de distinction entre les uns et les autres. » Ainsi, l'italien se mélange à l'anglais, à l'espagnol, ainsi qu'à bien d'autres langues étrangères, mais le français est également bien présent dans les espaces, notamment les bureaux.

...mais aussi des locaux

En s'implantant à Avignon, Cowool voulait participer à l'économie avignonnaise et vaclusienne. C'est pourquoi l'édifice accueille de nombreuses entreprises et structures locales au quotidien. Agences de communication, sociétés de location d'hébergement, autoentrepreneurs ou encore le club de handball d'Avignon, Cowool démontre une fois de plus la diversité au sein de ses cowoolers.

« C'était très important pour nous de créer une synergie avec les entreprises et les travailleurs du coin, développe la directrice de l'établissement. C'était tout aussi primordial d'ouvrir nos portes à d'autres structures comme le club de handball de la ville car c'est ça l'esprit Cowool, c'est de mélanger différents milieux, qu'ils soient professionnels ou non. » Ce principe de mixité est l'un des aspects les plus attirants du lieu. Les libertés qu'offre Cowool sont également un argument phare pour attirer la clientèle.



Un des bureaux que peuvent occuper les entreprises et autres structures, qu'elles soient

Ecrit par le 4 avril 2025

vauclusiennes ou non. ©Morgan Palun

Une nouvelle façon de vivre moins contraignante

« Pas de cash, pas de clef, pas de contrat », c'est l'une des devises de Cowool. Contrairement à un hébergement classique, obtenir les clefs d'un 'flex appart' est relativement facile. Aucun revenu n'est demandé et il n'est pas nécessaire d'avoir un certain contrat de travail pour vivre dans un appartement Cowool, contrairement à un hébergement plus traditionnel qui nécessite de remplir un dossier assez conséquent.

De plus, la périodicité du séjour peut être adaptable aux envies et aux conditions de chacun. Si la plupart des séjours durent en moyenne entre 3 et 6 mois, les cowoolers peuvent également rester seulement quelques jours ou bien toute l'année s'ils le souhaitent, alors qu'une location classique est généralement saisonnière, dure une année scolaire ou plus. « L'absence de contrainte est un atout majeur de Cowool, confie Laurent Teisserenc, directeur du groupe immobilier HPC Capital et fondateur du concept Cowool. Aujourd'hui, le marché du coworking et coliving est assez étroit mais il risque d'exploser d'ici peu grâce à ce genre d'atout qui va attirer de plus en plus. »



Un exemple de 'flex appart' que l'on peut retrouver à Cowool. ©Morgan Palun

Ecrit par le 4 avril 2025

Les bienfaits du coliving

Si le coworking a trouvé sa place en France depuis quelques années déjà, le principe du coliving, lui, est beaucoup plus récent. Pour preuve, le terme de 'coliving' n'a été inventé qu'en 2015 et ne possède toujours pas de définition officielle à ce jour. Mais ce nouveau concept du 'vivre ensemble' commence à faire son nid et devient une tendance de plus en plus recherchée, notamment depuis la crise du Covid-19 qui a favorisé le sentiment de solitude chez l'individu.

Plusieurs études, principalement étrangères, prouvent que le coliving a des bienfaits sur l'être humain. « Les établissements coliving n'offrent pas seulement des services d'hébergement de haute qualité, ils fournissent également de la flexibilité ainsi que de l'homogénéité, peu importe où ils se situent », explique la société immobilière américaine JLL dans son [étude 'How can co-living build on today's student accommodation ?'](#) ('Comment le coliving peut s'appuyer sur le logement étudiant d'aujourd'hui ?')

Quel avenir pour Cowool ?

Si Cowool semble en bonne voie pour devenir un exemple de coliving et coworking en France, l'entreprise ne compte pas s'arrêter là. Pour le moment, l'ouverture de 8 autres établissements est prévue dans les prochains mois. Ainsi, les villes de Cergy, Grenoble, Villeneuve d'Ascq, Nice, et bien d'autres, devraient elles aussi accueillir leur espace Cowool.

D'ici quelques années, l'entreprise devrait posséder une vingtaine d'établissements disséminés dans toute la France. Celui d'Avignon est le Cowool 'pilote', c'est sur ses bons et ses mauvais côtés que Laurent Teisserenc et ses équipes vont se baser pour développer les autres espaces au mieux et pour les améliorer au fil du temps.

Ecrit par le 4 avril 2025



De gauche à droite : Gui Perdrix, Laurent Teisserenc, Anne-Audrey Beraud. ©Vanessa Arnal

Isle-sur-la-Sorgue, Un bilan touristique au top pour cause de stratégie affûtée

L'Isle-sur-la-Sorgue fait partie des villes les plus visitées du Vaucluse. Pour cela, elle a mis en place une stratégie, faisant naturellement alliance avec ses voisins. Résultat ? Un maillage territorial séduisant qui propose aux touristes des circuits cohérents comme Fontaine-de-

Ecrit par le 4 avril 2025

Vaucluse, Gordes et l'Isle dans la même journée. L'info la plus importante de cette 2^e année de pandémie ? 95 % des touristes proviennent de l'hexagone et de la région.

Ce succès ?

L'Isle-sur-la-Sorgue le doit à une professionnalisation à tous les étages de l'accueil physique et à des photos artistiquement travaillées, en passant par des textes dignes de Giono, sur Internet, mon tout étant délivré en plusieurs langues. Au final ? Tout le monde est gagnant. Dans les coulisses ? Le recrutement de profils affûtés et talentueux. L'exigence ? Elle paie ! Ce qui est visé ? Un tourisme pluriel mêlant toutes les propositions : Patrimoine, culture, art, œnologie, aventure, tourisme agricole, antiquité décoration, métiers d'art.

DR La Venise Comtadine

Un nouveau tourisme

C'est dans les salons du Grand Hôtel Henri qu'[Eric Bruxelles](#), président de l'Isle-sur-la-Sorgue Tourisme, vice-président de la Communauté de communes Pays-des-Sorgues et Mont-de-Vaucluse, également délégué au tourisme et à l'événementiel et [Xavier Feuillant](#), directeur [Isle-sur-la-Sorgue Tourisme](#) ont présenté 'La stratégie touristique de l'Isle-sur-la-Sorgue tourisme et les projets 2022 et 2023'.

Les enjeux ?

Lisser dans le temps et l'espace le flux touristique pour une destination vivante toute l'année. Autre donnée ? Les habitants de l'Isle-sur-la-Sorgue sont au cœur de l'offre touristique puisque plus de 50% de l'offre d'hébergement se fait via des plateformes collaboratives et les privés. Un atout majeur aussi pour éviter les conflits habitants-touristes et tendre vers l'aplanissement du sur-tourisme.

Ce qui a fait la différence ?

Si l'offre touristique se déploie désormais plus aisément, c'est qu'en amont, l'ensemble des acteurs professionnels et particuliers, se sont engagés à travailler ensemble, se sont professionnalisés et exercés au numérique. Et aussi : «Nous sommes une des rares villes de France à pouvoir proposer des hébergements, des commerces et une restauration continuellement ouverte sur l'année, relève Eric Bruxelles.»

Tourisme mode d'emploi

Parce que l'habitant est de venu un acteur majeur du tourisme, l'Isle-sur-la-Sorgue Tourisme a créé une plateforme dédiée pour échanger, former, communiquer sur les programmes touristiques, les événements tout au long de l'année mais également sur les règles et comportements quand on est loueur saisonnier ou locataire saisonnier : gestion des déchets, relation avec le voisinage, découverte du territoire, développement de services...

Autre chose ? Les grands événements nationaux et internationaux sont dorénavant planifiés en dehors des pics estivaux. Enfin, l'Office de tourisme s'est lancé dans la recréation de son site Internet pour en optimiser la visibilité.

En pointillés noirs l'année 2019, en orange l'année 2020 et en vert l'année 2021

Ecrit par le 4 avril 2025

Une fréquentation record malgré la Covid

L'année 2021 ? Elle s'est révélée extraordinaire, et cela malgré la Covid et l'absence de touristes étrangers. La preuve ? Par exemple la fréquentation à Fontaine de Vaucluse s'élève à 800 000 visiteurs en 2021 tandis qu'à l'Isle-sur-la-Sorgue elle atteint un niveau record avec 1,5 million de visiteurs répartis sur toute l'année, même si la clientèle étrangère a repointé le bout de son nez au dernier trimestre.

Les chiffres à la loupe ?

«En 2021, les hôtels du territoire enregistrent environ 11 000 nuitées, soit 9% de plus par rapport à 2019, précise Xavier Feuillant. Concernant les nuitées globales (tout type d'hébergement y compris les nuitées étrangères), le pourcentage s'élève à plus 17 % par rapport à 2019. Si logiquement le nombre de nuitées étrangères enregistre une baisse de - 4 % par rapport à 2019 sur la saison estivale et -31 % sur l'ensemble de l'année en raison des restrictions liées à la crise sanitaire, le nombre de nuitées, toutes périodes confondues, est supérieure à 2019 et à 2020 sur l'ensemble des temps forts à l'année, et ce, en étant pénalisé par l'absence des touristes étrangers. 2021 reste donc une année record par rapport à 2020 et 2019. »

Les restaurateurs aussi se frottent les mains

«Si ces très bons résultats sont avérés pour ce qui est du locatif, les restaurateurs enregistrent en 2020 et 2021 des années exceptionnelles avec un record battu de fréquentation et ce, malgré la distanciation et les périodes de fermeture. Il faut dire que l'Isle-sur-la-Sorgue a mis en place une stratégie offensive : avec l'espacement des tables imposé, les restaurateurs ont pu agrandir les terrasses sur l'espace public et ont ainsi pu compenser partiellement leurs pertes et avoir une meilleure année que hors Covid.»

Di-ver-si-fier

Si la Venise Comtadine adore qu'on la qualifie de Capitale des antiquités toute l'année et du shopping indépendant, elle veut ouvrir encore plus grand l'éventail de son charme... Pour développer le tourisme vert alors elle cible «les vacanciers traditionnels -qui ne bénéficient pas d'une communication particulière pour éviter le sur tourisme- ; la clientèle nature/outdoor dont l'approche nature et sport peut se faire toute l'année ; la clientèle de proximité qui s'est révélée essentielle pendant la crise -la clientèle étrangère. Et puis il y a le tourisme d'affaires qui pourrait être développé par [Belambra](#) (plus de 50 clubs nichés dans les plus beaux endroits de France),» assure Eric Bruxelles.

DR Les roues à aubes de l'Isle-sur-la-Sorgue

Mettre au jour des richesses encore trop inexploitées

Eric Bruxelles et Xavier feuillant pensent coopération et planification. Alors on s'organise autour du Festival du [Château de Saumane-de-Vaucluse](#) avec ses expositions temporaires d'ici 2022/2023 ; de la [Fondation Villa Datris](#) pour l'art moderne; du [Pôle multiculturel](#) de l'Isle-sur-la-Sorgue avec son cinéma de trois salles en cours de réalisation qui sera opérationnel en 2024 dans le cadre de la Réhabilitation de l'Ilot de la Tour d'Argent et des expositions du Centre d'art contemporain [Campredon](#). Le patrimoine culturel mettra, lui, en valeur la brocante, l'histoire de l'Isle-sur-la-Sorgue ainsi que les sites remarquables mis en lien pour une proposition plus variée.

Ecrit par le 4 avril 2025

Question d'urbanisme

L'urbanisme n'a pas été oublié et pour cause car mal adapté, il peut clairement freiner le tourisme et reste un outil essentiel du bien vivre et de l'apaisement de la ville. Ainsi il est prévu la construction d'un hôtel 5 étoiles en 2024 ; l'embellissement du centre historique du [Thor](#) ; la piétonisation du centre-ville de Fontaine de Vaucluse ; la rénovation du site de Belambra pour accueillir un important tourisme d'affaires ; un nouvel office de tourisme en services partagés à [Châteuneuf-de-Gadagne](#)

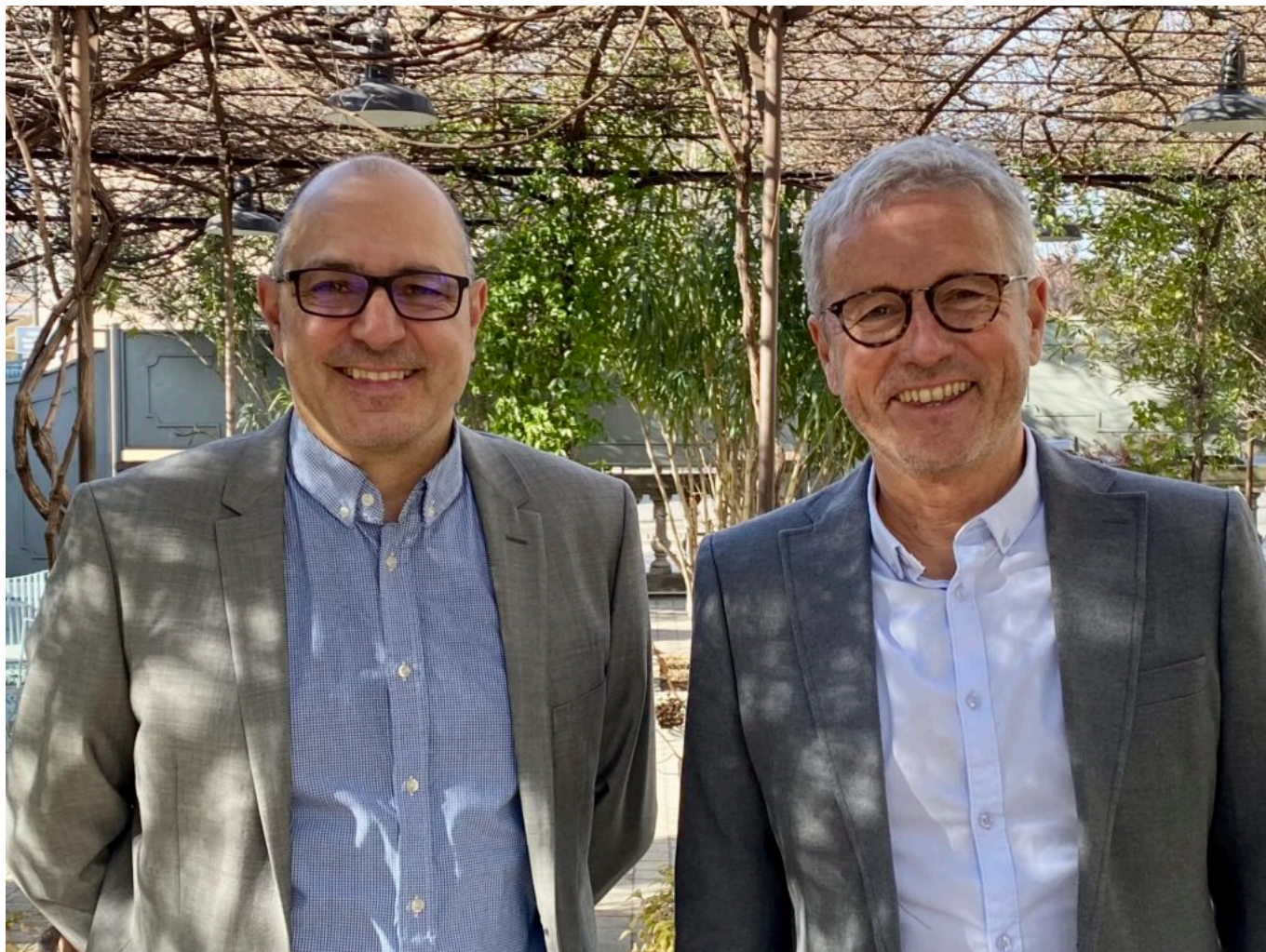
Dans les cartons ?

Un accueil, une gestion et une exploitation de l'office entièrement numérisée ; Un développement de la commercialisation des offres touristiques, billetterie ; Un pôle événements chargé de fédérer l'offre événementielle de la communauté de communes et la création d'un symposium international de l'attractivité en territoire rural premier trimestre 2023.

La Labellisation

Elle est dorénavant incontournable et marque l'obligation de remplir de sévères critères de qualité. C'est notamment le cas de l'Epic tourisme (Établissement public industriel et commercial) qui vise l'obtention du label d'Excellence première catégorie sachant que la marque 'Qualité tourisme' a été obtenue en janvier dernier, « avec la meilleure note jamais obtenue pour un office de tourisme », a souligné Eric Bruxelles qui vise de devenir une station classée de tourisme, et, en 2022, obtenir le classement en catégorie 1. Évidemment un tourisme harmonieux réclame d'inscrire les activités touristiques dans une démarche sociale, bienveillante et plus éco-responsable. En cela Xavier Feuillant vise l'obtention du Label Grand site de France dans 5 ou 6 ans.

Ecrit par le 4 avril 2025



Xavier Feuillant et Eric Bruxelles, très satisfaits du bilan touristique 2021, et cela malgré la pandémie qui a démontré que le tourisme est avant tout national et régional

Bilan : avec 55 000 visiteurs Cheval Passion maintient la flamme

Certes la jauge du spectacle phare des Crinières d'Or était limitée à 2 000 places (au lieu de 4 500 d'habitude dans le Hall A), certes il a fallu montrer patte blanche avec son pass vaccinal, porter le

Ecrit par le 4 avril 2025

masque en permanence, observer les règles de distanciation... Alors évidemment la chute de la fréquentation s'élève à -36% -55 000 visiteurs, dont 14 000 spectateurs pour le Gala des Crinières d'Or, contre 90 000 en 2020*.

Pour autant la direction de [Cheval Passion](#) et [Avignon Tourisme](#) saluent « la joie du public et la formidable implication des acteurs de la filière, artistes équestres, éleveurs, exposants, compétiteurs ».

Innovation, Poney passion et visites des scolaires

Le Challenge de l'innovation a primé une sangle en fibre de bambou et des gants chauffants. Les Crinières d'Or ont affiché complet, y compris pour la séance supplémentaire ajoutée le dimanche à 11h. Une vingtaine de clubs ont participé au concours 'Poney Passion' et c'est l'Ecurie La Réale de Jonquerettes associée aux élèves du Groupe Scolaire Pierre Goujon qui l'a remporté.

Côté pédagogique, d'habitude environ 6 000 élèves des écoles, collèges et lycées de Vaucluse passent la journée au Parc des Expositions pour découvrir le cheval et tous les métiers de la filière (entraîneur, éleveur, jockey, palefrenier, maréchal-ferrant, soigneur, vétérinaire, moniteur de club équestre, ostéopathe équin...). Là, entre l'épidémie et la grève de l'Education Nationale du 20 janvier, ils n'ont été que 2 000. Enfin une centaine de professionnels ont participé au 16e Misec (Marché international du spectacle équestre de création) qui met en relation les organisateurs de spectacles équestres et les artistes.

Vivement 2023 et, espérons-le, une pandémie derrière nous pour une 37e édition de Cheval Passion sans jauge ni restrictions entre les 18 et 23 janvier prochains.

Contact : www.cheval-passion.com - 04 90 27 51 00

**L'édition 2021 avait été annulée.*

Julien Aubert : place au bilan pour le Vaucluse

Ecrit par le 4 avril 2025



Ce lundi 29 novembre, avenue du Mont Ventoux, le député [Julien Aubert](#) dressait son bilan de 5 ans d'engagement au service du territoire.

Bien que sa voix de stentor résonne régulièrement dans l'hémicycle (13ème sur 577 en nombre d'interventions et en commission)*, l'Echo du mardi s'attache aujourd'hui à faire la lumière sur les principales initiatives vaclusiennes qui ont jalonné le mandat de Julien Aubert. En 2017, le mandat se renouvelle pour défendre les intérêts du territoire à l'Assemblée nationale. « Je l'ai fait dans le travail, la droiture et la proximité », déclare le président d'[OLF](#) dont le soutien conforte officiellement [la candidature d'Eric Ciotti](#) à la présidentielle 2022.

Face aux micros tendus, le député de la 5e circonscription de Vaucluse est revenu sur sa proposition de loi relative au droit de propriété pour lutter contre les squatteurs et locataires indécents, ses travaux sur l'énergie en tant que rapporteur de la commission des finances (crédits du budget alloués à la transition énergétique) ou sa proposition de loi pour raisonner le développement de l'éolien. Il est évidemment revenu sur les dossiers locaux pour défendre les services publics menacés de fermeture (TGI de Carpentras, écoles et maternités d'Apt, hôpital de Pertuis notamment) ou encore sa mobilisation durant la crise Covid-19.

« Les crises successives qui ont émaillé ce quinquennat n'ont pas épargné les Vauclusiens : qu'il s'agisse des zones de non-droit dans nos cités ([avec l'assassinat d'Éric Masson](#)) ou bien des fermetures administratives de commerces relégués à l'arbitraire catégorie de 'non-essentiels' en passant par les contraintes venues d'en haut qui pèsent sur notre agriculture », abonde le parlementaire d'un ton grave.

Ecrit par le 4 avril 2025

Télécommunications

Comme [abordé dans nos colonnes](#), le député alerte depuis longtemps des dysfonctionnements que subissent les Vauclusiens avec leur ligne téléphonique fixe ou mobile. Une consultation révélait qu'un grand nombre de vauclusiens déclarait régulièrement subir des pannes. « J'ai saisi le président d'Orange, le secrétaire d'État chargé de la Transition numérique ainsi que l'Arcep. Mon appel a été entendu : un grand plan de renforcement des infrastructures de télécommunications a été initié. »

L'arrivée du compteur Linky, qui soulevait des inquiétudes au cœur de la circonscription, s'inscrit également dans le carnet de bilan. En 2017, le député demandait à Enedis des éclaircissements, en s'appuyant sur les collectifs de citoyens puis en organisant une journée de débats sur les enjeux à l'Assemblée nationale avec tous les acteurs impliqués. « J'ai également proposé la possibilité de refuser ce compteur pour les personnes électrosensibles » précise-t-il.

Sécurité à Carpentras

Après la multiplication des violences liées au trafic de stupéfiants dans certains quartiers de Carpentras, notamment à Pous-du-Plan, Julien Aubert formule la demande au ministre de l'Intérieur de moyens supplémentaires affectés à ces quartiers sensibles pour un rétablissement rapide de l'ordre. Récemment, « face à l'inaction et aux seuls effets d'annonce du gouvernement », le député l'a saisi à nouveau pour exposer un plan d'action d'urgence : augmentation des effectifs de GSP (Groupes de sécurité de proximité), BAC (Brigade anti-criminalité) et GAJ (Groupe d'appui judiciaire) notamment.

« Nous sommes sur l'arrière pays de Marseille, si nous n'arrachons pas les trafics, ils vont grossir et faire le lien avec les villages de Bédoin, Aubignan, Sault, etc. Si installer deux policiers en faction devant la cité des amandiers 24h/24 n'est pas possible, alors nous ne sommes pas à la hauteur du danger », nous confiait le député [il y a quelques semaines](#).

Services publics

Il saisit le ministre de l'Éducation nationale sur les fermetures de classes et le non-remplacement des professeurs à Apt, avant de s'opposer à la fermeture de la ligne TER Marseille-Aix-Pertuis. « J'ai signé, dès 2017, la pétition demandant son maintien. J'ai défendu les intérêts pertuisiens, en alertant la Région et le Président de la SNCF. » Côté justice, le député s'oppose à la réforme de 2018 annonçant la fin de la justice de proximité avec la fusion des tribunaux d'instance/grande instance et donc la fermeture du TGI de Carpentras. « Bien avant la crise sanitaire, je me suis mobilisé pour lutter contre le délitement de nos hôpitaux comme celui de Pertuis ou la maternité d'Apt », conclue-t-il sur ces enjeux cruciaux de services publics.

Fraise, viande, lavande

Le gouvernement adopte sa proposition d'interdiction de la viande synthétique dans les services de restauration publics. « Nous devons privilégier l'approvisionnement de nos éleveurs locaux et il n'est pas

Ecrit par le 4 avril 2025

question d'ouvrir la voie à ces 'viandes de paille' dont ne nous connaissons rien des effets sur la santé », alerte Julien Aubert.

« J'ai fait pression sur le gouvernement à propos de la production de fraises qui se trouve en position très défavorable [par rapport à la fraise espagnole](#) vendue dans notre pays à un prix bien plus faible grâce à des conditions et des coûts de productions plus favorables. Cette dernière est vendue aujourd'hui à 1,60€ le kg contre 8€ en moyenne pour les fraises vauclusiennes. »

Sujet phare qui tient l'enfant de Sault à cœur : la filière lavandicole. Le député a ainsi saisi la Commission européenne et le gouvernement sur les alertes et inquiétudes remontées par les exploitants producteurs de lavande et de lavandin autour de la prochaine réglementation européenne encadrant les composants des huiles essentielles et pouvant conduire à la [disparition de la filière](#) et d'un pan de la culture locale. Julien Aubert s'est rendu à Bruxelles avec le député européen François-Xavier Bellamy pour trouver une solution avec le Commissaire en charge du dossier.

Une proposition de résolution européenne (PPRE) a été déposée fin octobre à l'Assemblée, cosignée par 30 parlementaires. Elle vise à différencier l'huile essentielle de lavande, produit agricole, des essences chimiques. « Le combat continue et je veux profiter de la présidence française de l'Union Européenne pour faire bouger les lignes. »

Entreprises et emploi

Plusieurs entreprises ont fait l'objet d'une attention particulière de la part du député attaché à la naturalité. Prenons l'exemple d'Algovital, entreprise spécialiste des cosmétiques, implantée à Mormoiron et menacée de délocalisation. « Grâce à notre énergie, les partenariats noués et les aides mobilisées nous avons pu pérenniser activité et emplois à Saint-Pierre-de-Vassols. » Au chapitre emploi, les 'mardis de l'emploi' lancés avec Gérard Battistini, retraité et parrain de la mission locale d'Apt, aident les jeunes en difficulté dans leur recherche d'emploi. La permanence est ouverte deux mardis par mois afin d'aider les demandeurs d'emploi qui souhaitent bénéficier d'un accompagnement personnalisé et de réseaux.

National : 6 votes clés

Six votes à l'Assemblée nationale illustrent la ligne politique du parlementaire. Ce dernier s'est exprimé en faveur de la proposition de loi visant à assurer la revalorisation des pensions de retraite agricoles, celle relative à la protection des langues régionales et enfin celle visant à agir contre les violences au sein de la famille. Parmi les votes contre : le projet de loi Santé « qui entérine la disparition des maternités et services de chirurgie en milieu rural », le texte « laxiste » sur le séparatisme, « car ce qu'il fait de mal, il le fait bien (réglementer l'instruction en famille), ce qu'il fait de bien, il le fait mal (la lutte contre l'islamisme) » et enfin l'accord économique entre l'UE et le Canada (CETA), « qui va à l'encontre de notre souveraineté. » Un mot cher à l' élu vauclusien.

L'enjeu de la dépendance vient conclure ces lignes. Suivi par treize autres députés, Julien Aubert a proposé le 'Quotient solidarité aînés' afin de faire bénéficier d'une part fiscale supplémentaire tout

Ecrit par le 4 avril 2025

contribuable qui accueille sous son toit un ascendant en perte d'autonomie. « J'ai souhaité simplifier et élargir cette aide qui existe pour l'accueil d'une personne invalide à 80% : la dépendance commence bien avant 80% d'invalidité. »

*Source : [Nosdeputes.fr](https://nosdeputes.fr)

Tourisme : un été bleu blanc rouge en Vaucluse



Le bilan estival de la fréquentation touristique en Vaucluse est plutôt satisfaisant même s'il ne compense pas encore la baisse de l'activité du secteur sur l'ensemble de l'année. Ce rebond

Ecrit par le 4 avril 2025

enregistré dans le département est particulièrement dû à la présence de la clientèle française même si une partie de la clientèle étrangère a aussi répondu présent.

Malgré un contexte incertain, l'acte II de la saison estivale touristique sur fond de crise sanitaire a été plutôt satisfaisant en Vaucluse. C'est ce qui ressort du bilan que vient de dresser [VPA \(Vaucluse Provence attractivité\)](#), l'agence de développement touristique du Conseil départemental.

En juillet et août, le Vaucluse a ainsi enregistré 11% de nuitées globales supplémentaires par rapport à 2019 (année référence 'normale' d'avant Covid).

Un bon résultat que l'on doit avant tout à la clientèle française particulièrement présente cet été (+22% par rapport à 2019, +10% par rapport à 2020). Il faut dire que les restrictions de mobilité en France et à l'étranger ont grandement poussé à l'arrivée en nombre de touristes hexagonaux. A cela s'ajoute, confinement oblige, une envie irrésistible de ces derniers de nature et d'authenticité à laquelle la destination Vaucluse répondait parfaitement que ce soit en termes de [réservation](#), de [transport](#) et même [de camping-cars](#). Le rebond des clientèles françaises en juillet (+20% par rapport à 2019) trouve également des éléments d'explication, dans l'organisation du Tour de France et le retour des festivaliers à Avignon mais aussi aux Chorégies d'Orange.

Quant au mois d'août, période de fréquentation traditionnelle des touristes hexagonaux, il enregistre un niveau de fréquentation des clientèles françaises supérieur à celui de 2019 (+24%). Le Top 5 des clientèles françaises reste inchangé : Paris, Bouches-du-Rhône, Hauts-de-Seine (en forte hausse par rapport à 2019), Rhône, Nord. Les touristes provenant de l'Île-de-France représentant ainsi 31% des nuitées et ceux d'Auvergne-Rhône-Alpes 16%.

Tous les territoires tirent leur épingle du jeu

Cette présence estivale irrigue tous les territoires de Vaucluse. Sur ces deux mois d'été le Luberon affiche un sursaut des nuitées françaises de +31% comparé à 2019, surpassant le record de fréquentation française de l'année dernière. Le Ventoux a connu lui aussi un bel été (+15% vs 2019) boosté par l'effet 'grande boucle' en juillet (+24% et une offre en adéquation avec les comportements post-Covid : nature, grands espaces). En août, la fréquentation française était supérieure à celle de 2019 (+8%).

Dans le même temps, la fréquentation de la Vallée du Rhône est, elle-aussi, en progression comparée à 2020.

Le Grand Avignon, fortement impacté l'an dernier, enregistre une progression de +29% des nuitées françaises comparé à 2020. L'été s'approche même du niveau de celui de 2019 (+1%) grâce aux festivals en juillet et surtout à un mois d'août bien plus fréquenté qu'en 2019 (+26%).

« Nous retrouvons globalement les mêmes chiffres que l'année dernière, même si il faut les nuancer en matière d'hébergement (ndlr : -26% des nuitées étrangères vs 2019), complète [Cécile Wiertlewski](#), directrice [d'Avignon-tourisme](#). Pour le Palais des papes, nous sommes toutefois encore loin de notre année record de 2019. Cependant, les perspectives semblent intéressantes dans les prochains mois avec le retour de la clientèle américaine et la reprise du tourisme d'affaires. »

Belgique connexion

Ecrit par le 4 avril 2025

« Bien que toujours en recul cet été (-7% des nuitées), la fréquentation étrangère évolue à la hausse jusqu'à retrouver des niveaux similaires à 2019 au mois d'août, explique [Cathy Fermanian](#), directrice générale de VPA. Alors que les nuitées touristiques internationales étaient à la baisse l'été dernier (-30%), la saison 2021 est marquée par le retour des clientèles d'Europe du Nord et notamment des Belges, traditionnellement première clientèle étrangère, dont la progression est à souligner (+60% par rapport à 2019), suivis des Néerlandais (+28%) et des Allemands toujours présents bien qu'en recul (-13%). Le manque des clientèles britanniques est toujours à déplorer sur le cœur de saison alors que l'on observe dans le même temps un léger retour des clientèles américaines, première clientèle étrangère hôtelière en Vaucluse. » Une présence fondamentale pour l'économie touristique vauclusienne puisqu'en 2019 les étrangers représentaient près d'un touriste sur deux parmi les 21,8 millions de nuitées totalisées dans le département.



Pas suffisant pour rattraper le retard du début d'année

Malgré ce bon bilan estival, la fréquentation globale reste en retrait depuis le début de l'année. Elle atteint 90% par rapport à 2019. Et même si les Français sont plus nombreux sur les 9 premiers mois de l'année (+10%), l'absence des étrangers n'a pas été encore compensée (seulement 67% de la fréquentation normale). La faute à 'un retard à l'allumage' en début de saison qui débute traditionnellement lors du week-end de Pâques. Là, les étrangers ont réellement commencé à venir en

Ecrit par le 4 avril 2025

Vaucluse qu'à partir de début juillet et, pour la première fois depuis la crise sanitaire, leur présence en août est quasi-équivalente au niveau post-Covid. Pour les Français, la saison 2021 a démarré pour l'Ascension et Pentecôte, quasiment 1 mois après celle de 2019.

Une tendance que confirme [Franck Delahaye](#), directeur de [Luberon Coeur de Provence Tourisme](#) : « Nous aussi, nous avons constaté un bel été et un bon début de mois de septembre, grâce aux Français notamment. Tout en déplorant l'absence des Asiatiques et des Américains même si les Suisses et les Belges étaient très nombreux. Mais au bilan, nous sommes encore moins bons sur l'ensemble de l'année. »

Septembre sur la lancée ?

Au final, les bons résultats de l'été (le Grand Avignon a atteint 91% de sa fréquentation habituelle et le Ventoux et le Luberon 'surperforme') laissent entrevoir des perspectives intéressantes pour le reste de l'année.

« Nous constatons une hausse de 10% sur les 10 premiers jours de septembre, se félicite Cathy Fermanian. Avec toujours plus de Français (+34%) et des étrangers qui restent présents attirés par l'authenticité et les activités de pleine nature que l'on propose en Vaucluse en arrière-saison comme le vélo notamment. »

« C'est pour cela que devons continuer à travailler sur un tourisme 'vrai' qui fait la spécificité de notre territoire », insiste [Pierre Gonzalvez](#), vice-président du conseil départemental.

« Pour répondre à cette tendance, nous travaillons sur une offre nature accessible sans voiture dans un rayon de 50 km autour d'Avignon, complète [Claire Prost](#), directrice de [l'office de tourisme du Grand Avignon](#).

Des professionnels satisfaits mais...

« Il faut aussi noter la satisfaction d'une très grande majorité des professionnels du secteur, poursuit Pierre Gonzalvez. En effet, les résultats de l'enquête réalisée par VPA auprès de 371 professionnels locaux corroborent ce bilan satisfaisant. Ainsi, 92% d'entre eux s'estiment satisfaits de la saison dont 51% très satisfaits. Un taux qui a augmenté durant tout l'été (82% début juillet pour atteindre 93% de satisfaits lors de la seconde quinzaine d'août). Caves et domaines viticoles (97% fin juillet) et hôteliers (97%) étant toutefois bien plus contents que les restaurateurs (84%). Pour la suite, 42% des professionnels du secteur se montrent déjà confiants même s'ils manifestent (ndlr : surtout les musées et les restaurateurs) une certaine inquiétude en raison notamment du manque de visibilité pour les semaines à venir.

« La mise en place du Pass sanitaire a été une catastrophe. »

Patrice Mounier, président de l'Umih 84

Des craintes partagées par [Patrice Mounier](#), président de l'Umih 84 (Union des métiers et des industries de l'hôtellerie) : « Jusqu'à la fin juillet la conjoncture était plutôt bonne, mais la mise en place du Pass

Ecrit par le 4 avril 2025

sanitaire, début août, a été une véritable catastrophe. Il aurait fallu, au moins, permettre d'ouvrir les terrasses. A cela, s'ajoutent les difficultés pour recruter dans notre secteur. Et même s'il y a eu de bons résultats, il y a des établissements qui connaissent de très grandes difficultés. »

VPA : un outil à 360°

En complément de ce bilan, [Dominique Santoni, nouvelle président du Conseil départemental](#) a tenu également à souligner « le travail remarquable de VPA pour assurer la promotion de la destination Vaucluse durant toute l'année. Car c'est aussi un outil à 360° sur le département pour attirer des entreprises exogènes et de nouveaux habitants et ce que nous voulons, c'est créer une 'envie de Vaucluse' avec pour cible : les télétravailleurs. Et pour illustrer ce potentiel je prends régulièrement l'exemple de mon suppléant, Alex Berger (ndlr : notamment producteur de la série 'Le bureau des légendes') qui auparavant disait qu'il vivait à Paris et venait en Vaucluse le week-end. Aujourd'hui, grâce au déploiement du Très haut débit (THD), il dit désormais qu'il vit en Vaucluse et travaille à Paris 3 jours par semaine. »

« Notre travail de prospection touristique sur le marché belge, nous a ainsi permis, en parallèle, d'accompagner l'installation en Vaucluse de deux entreprises belges dans le secteur de l'agro-alimentaire », ajoute Cathy Fermanian. Et si le Vaucluse s'était enfin décidé à chasser en meute ?